

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @JAJANANMETROLPG SEBAGAI MEDIA REKOMENDASI KULINER TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS*

Oleh

Farid Rifqi Wahyu Utomo

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dan dimanfaatkan sebagai sarana promosi melalui penyajian konten yang informatif dan menarik. Melalui berbagai fitur yang tersedia, seperti unggahan foto atau video, Instagram stories, dan reels. Instagram tidak hanya menyajikan konten dalam bentuk foto, tetapi juga video yang mampu meningkatkan daya tarik informasi bagi pengguna. Pemanfaatan fitur tersebut digunakan sebagai media promosi dalam bentuk rekomendasi kuliner yang dikemas secara menarik dan persuasif. Konten rekomendasi kuliner yang ditampilkan secara konsisten mampu memberikan referensi kepada followers sehingga mempengaruhi persepsi terhadap produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram @jajananmetrolpg sebagai media rekomendasi kuliner terhadap minat beli followers. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan followers akun tersebut. Variabel penggunaan Instagram diukur melalui dimensi frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan minat beli diukur melalui indikator minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, uji korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif penggunaan akun Instagram @jajananmetrolpg sebagai media rekomendasi kuliner terhadap minat beli followers yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 15,774 > t_{tabel} 1,984$ maka H_0 ditolak karena H_a diterima, serta nilai pengaruhnya sebesar 71,7% dengan kategori kuat yang didasarkan pada uji koefisien determinasi.

Kata Kunci : Instagram, Media Rekomendasi, Minat Beli, Kuliner

ABSTRACT

THE EFFECT OF USING THE @JAJANANMETROLPG INSTAGRAM ACCOUNT AS A FOOD RECOMENDATION MEDIA ON THE PURCHASE INTENTION OF @JAJANANMETROLPG FOLLOWERS

by

Farid Rifqi Wahyu Utomo

Instagram is one of the most popular social media platforms and is widely utilized as a promotional medium through the presentation of informative and engaging content. Through its various features, such as photo and video posts, Instagram Stories, and Reels, Instagram not only delivers content in the form of images but also videos that enhance the attractiveness of information for users. Consistently presented culinary recommendation content is able to provide references to followers, thereby influencing their perceptions of the products. This study aims to examine the effect of the use of the Instagram account @jajananmetroplg as a culinary recommendation medium on the purchase intention of its followers. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 100 respondents who are followers of the account. The Instagram usage variable is measured through the dimensions of frequency, duration, and attention, while purchase intention is measured through indicators of transactional, referential, preferential, and exploratory interest. The data analysis techniques used include simple linear regression, correlation analysis, and the coefficient of determination. The results of this study indicate that there is a positive effect of the use of the Instagram account @jajananmetroplg as a culinary recommendation medium on followers' purchase intention, as evidenced by the t-value (15.774) being greater than the t-table value (1.984), leading to the rejection of H_0 and acceptance of H_a . Additionally, the effect size is 71.7%, which falls into the strong category based on the coefficient of determination test.

Keywords : *Instagram, Recommendation Platform, Purchase Intention, Culinary*